



CHECKLISTE FÜR DEIN SUCHMASCHINEN-OPTIMIERTES VIDEO

VOR DER ERSTELLUNG DES VIDEOS

1) Welche Themen interessieren meine Zielgruppe?

Besonders wichtig ist es, zielgruppenrelevante Inhalte zu identifizieren und zu erstellen. Man kann zu jedem Thema tolle Videos machen, wichtig ist nur, dass Storys rund um das Produkt oder rund um den Service erzählt werden. Ein gewisses Maß an Qualität sollte gegeben sein. Außerdem ist es wichtig, die User-Erwartungen zu erfüllen. Das Video sollte also auch halten, was es durch Titel und Beschreibung verspricht.

2) Welche Keywords wähle ich für mein Video aus?

Wie für Suchmaschinenoptimierung im Allgemeinen ist auch bei Video SEO die Implementierung von Keywords von hoher Bedeutung. Um relevante Keywords herauszufinden, nutzt man bekannte Tools wie z.B. den Google AdWords Keyword Planer, die dem Thema zugeordnete Keywords herausfinden und gleichzeitig Ideen liefern.

3) Wo implementiere ich die generierten Keywords?

Die gefundenen Keywords sollten in den Meta-Angaben des Videos eingebaut werden. Title und Description des Videos sollten also die wichtigsten Keywords enthalten, genauso wie die Tags des Videos. Außerdem ist es ratsam, die Keywords sowohl auf der Ton- als auch der Bildspur zu erwähnen. Wenn das Keyword als Texteinblendung auftaucht, ist dies für die Suchmaschine leichter auszulesen.

WÄHREND DER ERSTELLUNG DES VIDEOS

4) Wie ist mein Video beschaffen?

Es gibt für YouTube einige Besonderheiten, die man bei der Erstellung eines Videos beachten kann. Im "Drehbuch" sollte zunächst festgelegt werden, welche Art das Video hat. Ist es ein Teil einer Serie oder ein Einzelvideo? Ist es eher beschreibend oder handlungsorientiert? Außerdem sollte ein kurzes Intro am Anfang das wichtigste Keyword enthalten.



5) Wie kann ich meine Zuschauer zum Schauen animieren?

Ein kurzer Teaser am Anfang des Videos informiert den Zuschauer knapp über den folgenden Inhalt, sodass er direkt weiß, worum es geht. Folgt darauf eine kurze Animation des Brand-Logos, ist der perfekte Einstieg in den Content geschaffen. Wenn dieser dann mit einen gehaltvollen Mehrwert und die Antwort auf die gestellte Suchanfrage liefert, ist der Besucher zufrieden.

6) Soll ich auch für andere Suchmaschinen als nur für YouTube optimieren?

YouTube ist unangetasteter Marktführer bei den Video-Suchmaschinen und die zweitgrößte Suchmaschine der Welt. Wenn man mit seinen Videos Erfolg erzielen möchte, ist es also sinnvoll, sich bei der Optimierung auf YouTube zu konzentrieren. Andere Apps wie Snapchat oder Bambuser sollten aber im Auge behalten und ggf. als zusätzlicher Kanal genutzt werden.

NACH DER ERSTELLUNG DES VIDEOS

7) Wie Sorge ich für die richtige Verbreitung meines Videos?

Die Möglichkeit, den Inhalt einfach zu teilen, ist das A&O für einen guten, viralen Selbstläufer in Videoform. Social Media Share Buttons sollten daher immer vorhanden sein, auch der Einsatz eines eigenen Hashtags funktioniert gut für die Verbreitung in den Sozialen Netzwerken.

8) Wen kann ich auf mein Video aufmerksam machen?

Anstatt das Video mit hohen Budgetkosten zu bewerben, kann direkt an Influencer herantreten werden. Wenn der Content einzigartig und gehaltvoll ist, erklären sich diese oftmals gerne bereit, das Video zu sharen und in ihrem Netzwerk zu verbreiten. Außerdem sollte eine Kontaktmöglichkeit in der Beschreibung zum Video hinterlegt werden.

Viel Spaß mit eurem eigenen Video und viel Glück mit Video SEO wünschen euch die SEO-Trainees!